

ITES "Luigi Einaudi"
a.s. 2016/17

Programma svolto di Discipline Turistiche
Classe 4D Indirizzo Turistico

Libro di testo: Turismo: prodotti, imprese, professioni 2, Grazia Batarra, Carla Sabatin, Ed Tramontana.

La comunicazione aziendale

Il concetto di azienda
Il sistema azienda e la comunicazione aziendale
Il processo di comunicazione
Le finalità della comunicazione e il feedback
Le condizioni per la trasmissione della comunicazione
Le aree della comunicazione d'impresa
La comunicazione integrata

Le scritture elementari e sezionali nelle imprese turistiche

Le rilevazioni aziendali
Le scritture elementari nelle imprese turistiche
Le contabilità sezionali nelle imprese turistiche

La gestione delle imprese turistiche

Le condizioni di equilibrio della gestione aziendale
Il patrimonio delle imprese turistiche
I valori finanziari e i valori economici
La manifestazione finanziaria e la competenza economica
L'ammortamento
L'equilibrio economico delle imprese turistiche

La contabilità generale delle imprese turistiche

Il sistema contabile
Il piano dei conti
Le rilevazioni delle operazioni di gestione

Il bilancio d'esercizio delle imprese turistiche

Dalla contabilità al bilancio
Il bilancio secondo la normativa civilistica
I principi di redazione e i postulati di bilancio
I criteri di valutazione
Il contenuto del bilancio d'esercizio
La relazione sulla gestione
Gli organi di controllo delle società
Il bilancio in forma abbreviata

L'analisi di bilancio delle imprese turistiche

La riclassificazione dello stato patrimoniale
La riclassificazione del conto economico
L'analisi per indici

Il finanziamento delle imprese turistiche

Le fonti di finanziamento
L'apertura di credito
I finanziamenti bancari a breve termine
I crediti di firma
I finanziamenti bancari a medio/lungo termine
Le obbligazioni

Il marketing conoscitivo e strategico

Il marketing
Il marketing nel settore turistico
Le fasi del processo di marketing
Il marketing conoscitivo: le fonti interne
Il marketing conoscitivo: le ricercercato
Il marketing strategico: segmentazione della domanda, targeting e posizionamento

Il marketing operativo

Le leve del marketing operativo e il marketing mix
Il prodotto
Il prezzo
La distribuzione

Firma degli studenti

Firma del prof. (Cesare Grigato)